

# Зорка

## Кейс года

как в условиях перегретого рынка выстроить устойчивую модель привлечения с фокусом на реальную бизнес-эффективность

## **Вводная задача от заказчика**

выйти на ROAS  $\geq$  200% в первый месяц,  
заложить основу для масштабирования

## **Условия**

- запуск в высокий сезон
- высокая конкуренция
- рост стоимости привлечения

## **Фокус**

качество пользователей  
и стабильная экономика

## Наш подход

В процессе тестирования стало ясно, что стандартные сценарии закупки не дают стабильности и приводят к росту стоимости без роста ценности пользователя.

Было принято решение выстроить стратегию на базе DSP Persona.ly и разделить закупку на два направления:

- фокус на качество (ROAS),
- фокус на масштаб (Purchase).

Отдельный акцент – на креативах:

использовались как универсальные форматы, так и сезонные решения под акции и промо-периоды.

## Ключевые итоги

Совокупный ROAS по первым покупкам составил 525%. Пользователи демонстрировали высокий средний чек и доходили до заказа даже спустя время после установки приложения.

Оптимизация под ROAS и покупки позволила привлекать не случайный трафик, а аудиторию, заинтересованную в бренде: часть пользователей оформляла заказ сразу, часть – с отложенным решением, но практически всегда осознанно.

Канал доказал свою эффективность не только как источник быстрых продаж, но и как инструмент работы на перспективу – с фокусом на LTV и постепенное раскрытие ценности бренда.

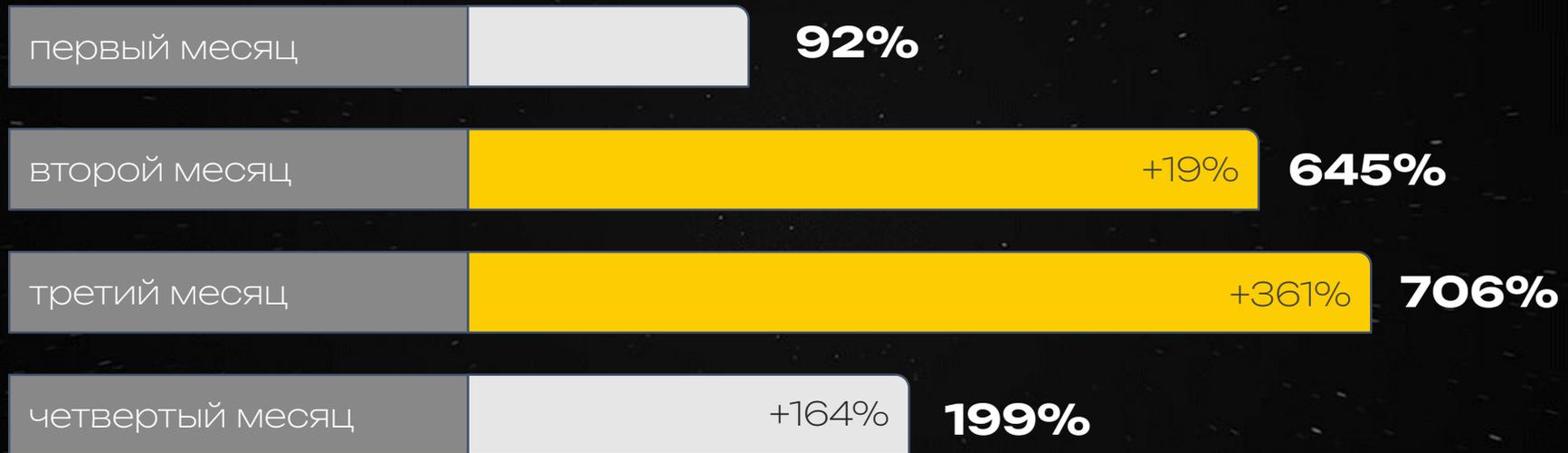
совокупный  
ROAS: 525%

высокий средний  
чек

отложенные  
покупки

ценность  
для LTV

## Подробнее про **ROAS**



[ Сайт ]

↘ info@zorka.agency

[ Линкедин ]